

"Externes Ideenmanagement und Open Innovation über das Internet als Instrument zur Steigerung des Innovationspotenzials von Spezialbibliotheken"

Ursula Georgy

This document appeared in

JARA - Forschungszentrum Jülich und RWTH Aachen University (Eds.):

Spezialbibliotheken – Freund und Follower der Wissenschaft

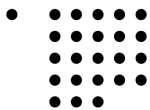
Präsentationen der 33. Arbeits- und Fortbildungstagung der Arbeitsgemeinschaft der Spezialbibliotheken e.V. – Sektion 5 im Deutschen Bibliotheksverband

Proceedings of the ASpB 2011: Spezialbibliotheken - Freund und Follower der Wissenschaft, 09.-11. November 2011, Auditorium der Zentralbibliothek im Forschungszentrum Jülich

Zentralbibliothek (ZB)

Forschungszentrum Jülich GmbH, Zentralbibliothek, Verlag, 2011

ISBN:



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

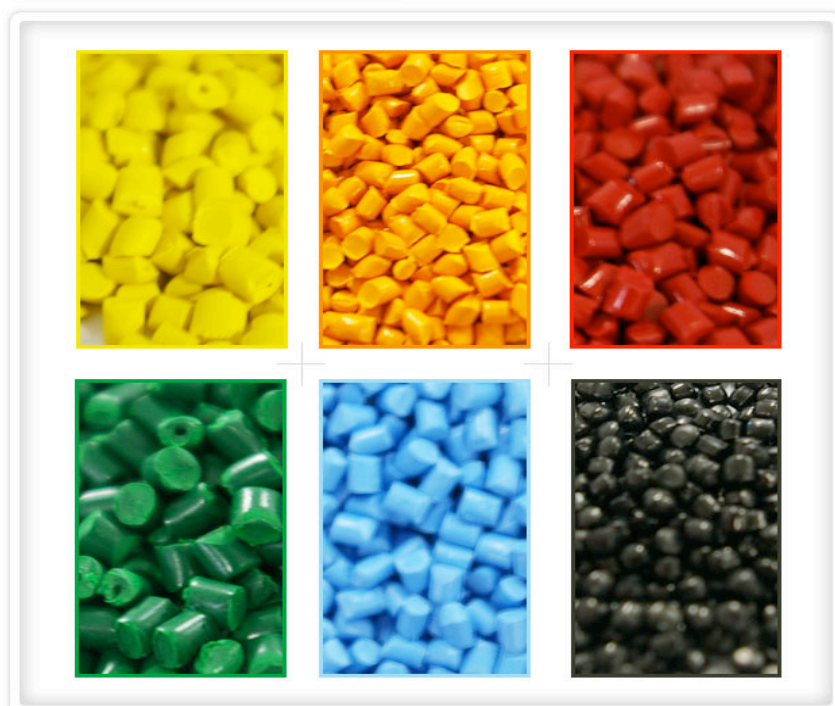
Externes Ideenmanagement und Open Innovation über das Internet als Instrument zur Steigerung des Innovationspotenzials von Spezialbibliotheken

Prof. Dr. Ursula Georgy
Fachhochschule Köln
Institut für Informationswissenschaft

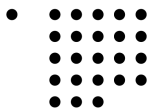
Jülich, November 2011



Kundenwünsche und -bedürfnisse



<http://www.gobizkorea.com/blog/ProductView.do?blogid=enviro&id=867127>

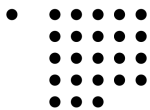


Kundenorientierung im Kontext von Dienstleistungsqualität

„Dienstleistungsqualität ist die Fähigkeit eines Anbieters, die Beschaffenheit einer primär intangiblen und der Kundenbeteiligung bedürftigen Leistung aufgrund von Kundenerwartungen auf einem bestimmten Anforderungsprofil zu erstellen.

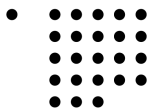
Sie bestimmt sich aus der Summe der Eigenschaften bzw. Merkmale der Dienstleistung, bestimmten Anforderungen gerecht zu werden.“

Bruhn [2008]

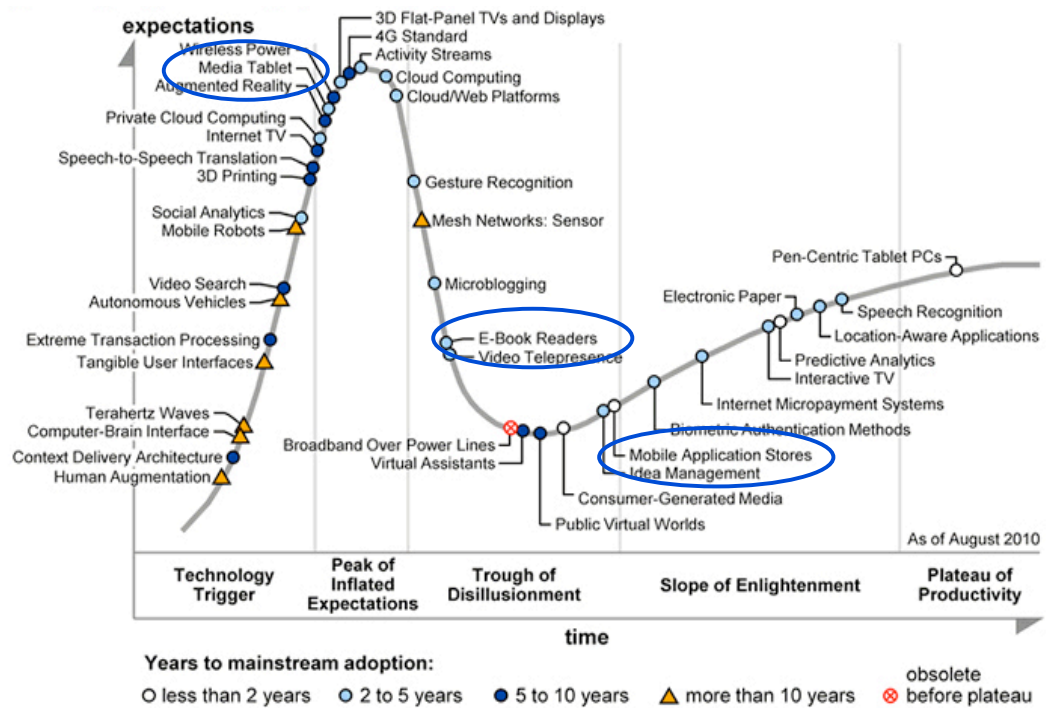


Scheinbare Ist-Situation in Bibliotheken

- Z.B. werden neue Dienstleistungen eingeführt, da andere Bibliotheken (im Ausland) sie auch anbieten.
- Eine individuelle Anpassung der Dienstleistungen als echte Me-too-Strategie erfolgt selten.
- Eine langfristige Marketingplanung bzw. strategisches Marketing (unter Einbindung der Innovationen) existiert vielfach nicht, so dass Innovationen nur unzureichend vermarktet werden, und eine Erfolgsbeurteilung der Innovationen kaum möglich ist.



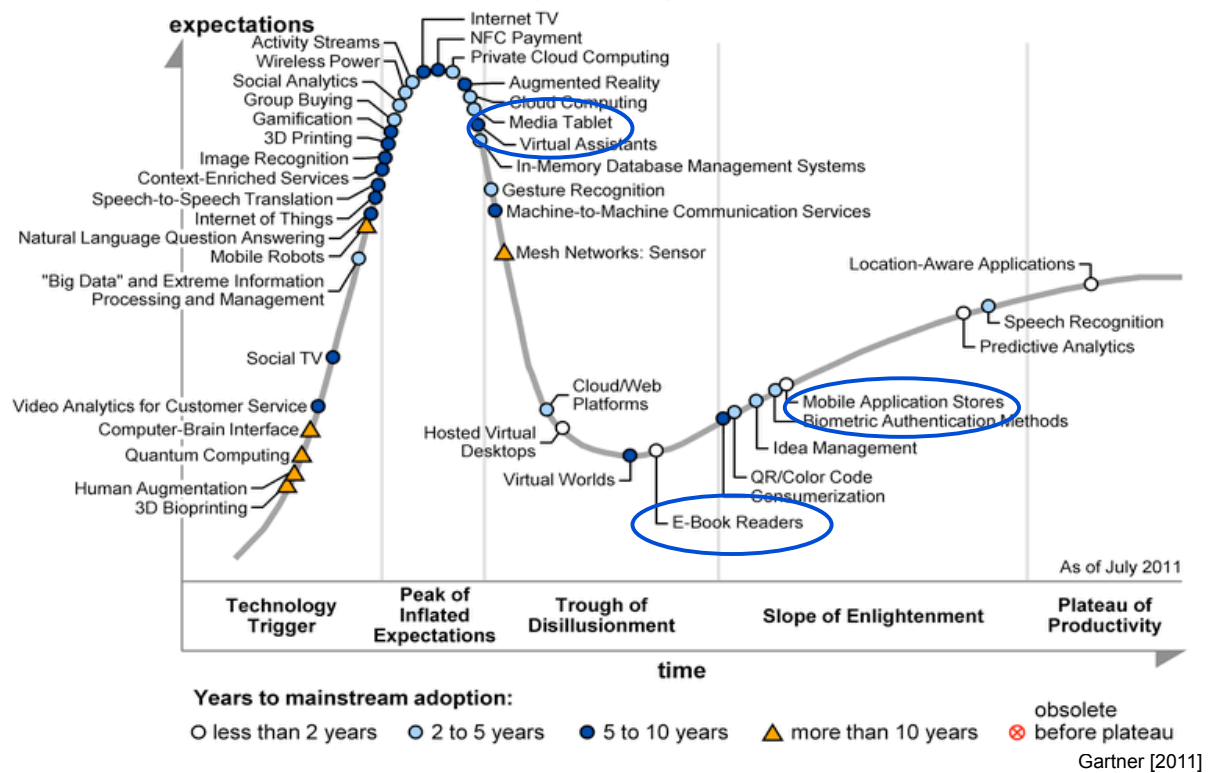
Gartner Hype Cycle 2010

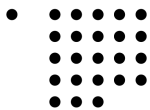


Gartner [2010]



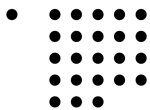
Gartner Hype Cycle 2011



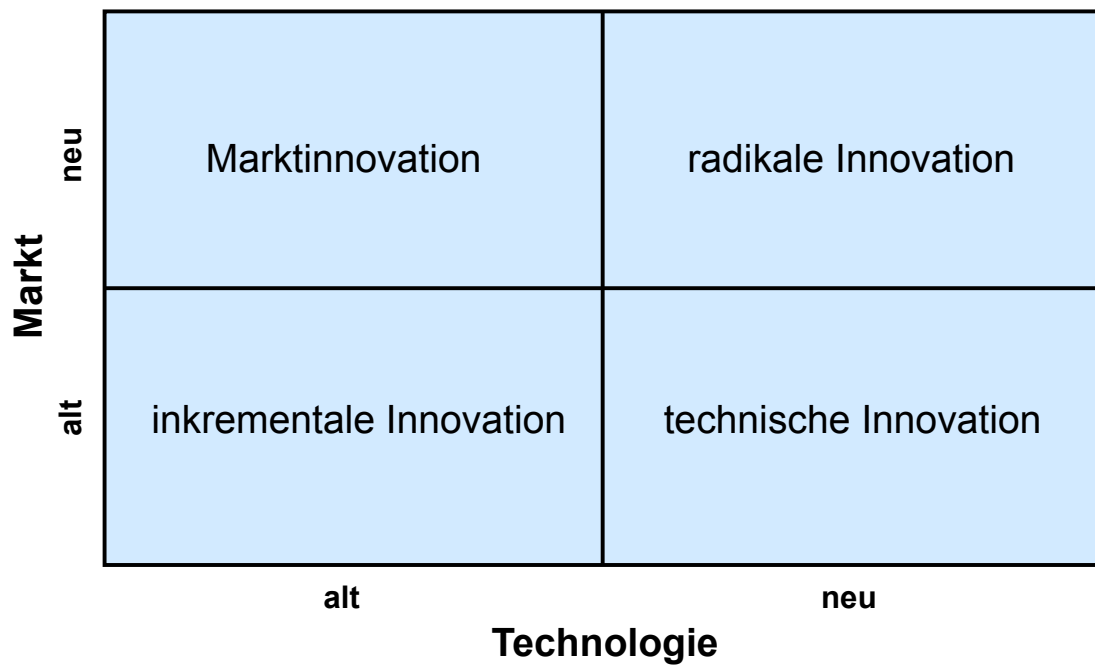


Systematisches Innovationsmanagement

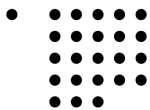
- Zentraler Aspekt bei Innovationsprozessen ist, dass durch systematische, zielgerichtete Prozesse neue Ideen in neuartige Dienstleistungen umgesetzt werden und diese erfolgreich im Markt platziert werden.
- Innovationen können auf Produkte bzw. Dienstleistungen, Verfahren, Vertrieb und die Organisation ausgerichtet werden. Letztere werden auch als **Prozessinnovationen** bezeichnet und spielen in Bibliotheken eine große Rolle, wobei sie für den Kunden nicht immer unmittelbar sichtbar sind.



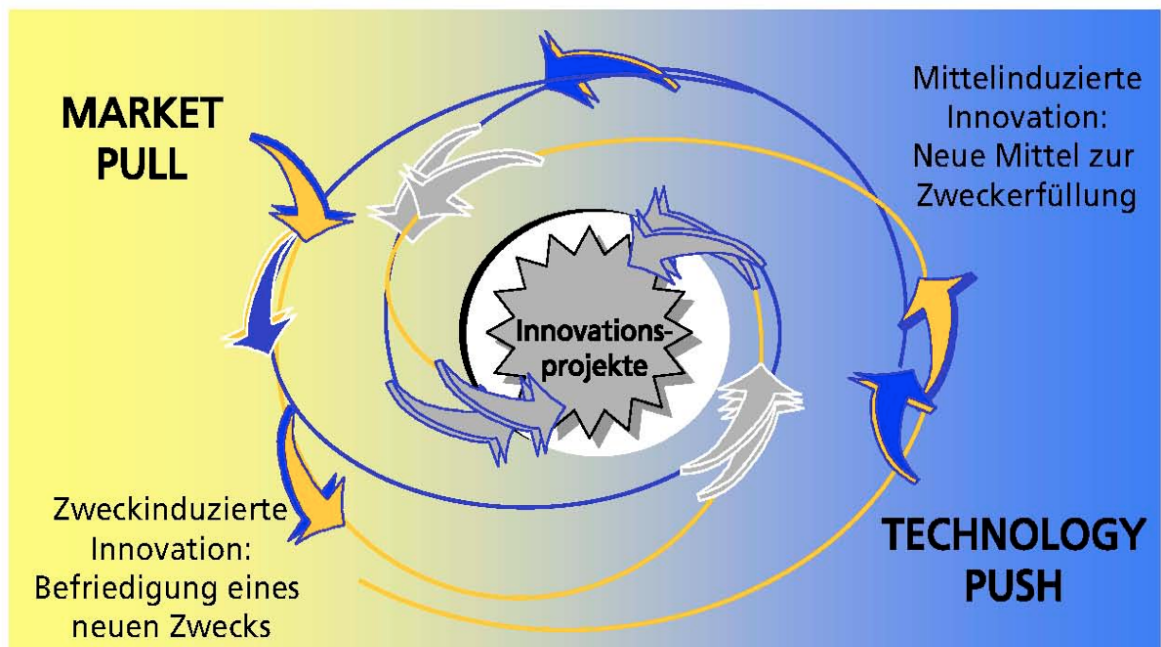
Dimensionen der Innovation



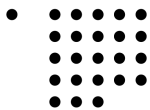
nach Reichwald / Piller



Push- und Pull-Innovationen



Warschat [2003]



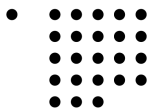
Der Innovationsprozess

Innovationsprozess

Marktforschung



in Anlehnung an Komninos [2005]



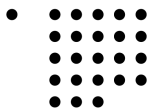
Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Beiträge zu Innovationen in Bibliotheken

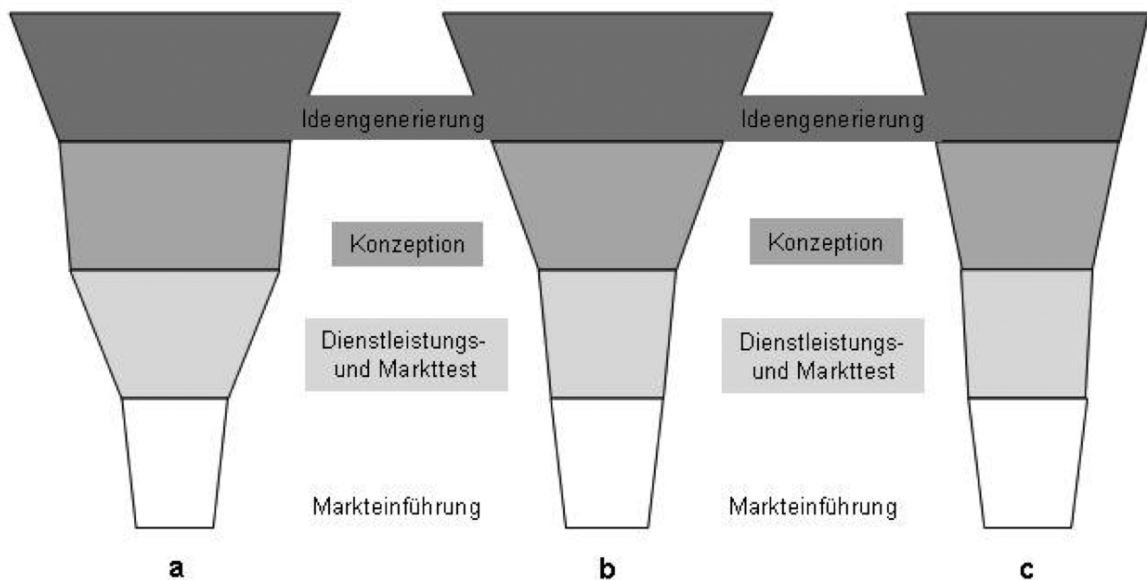
Ideenmanagement



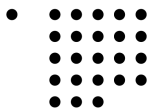
eigene Erhebung
Georgy [2010]



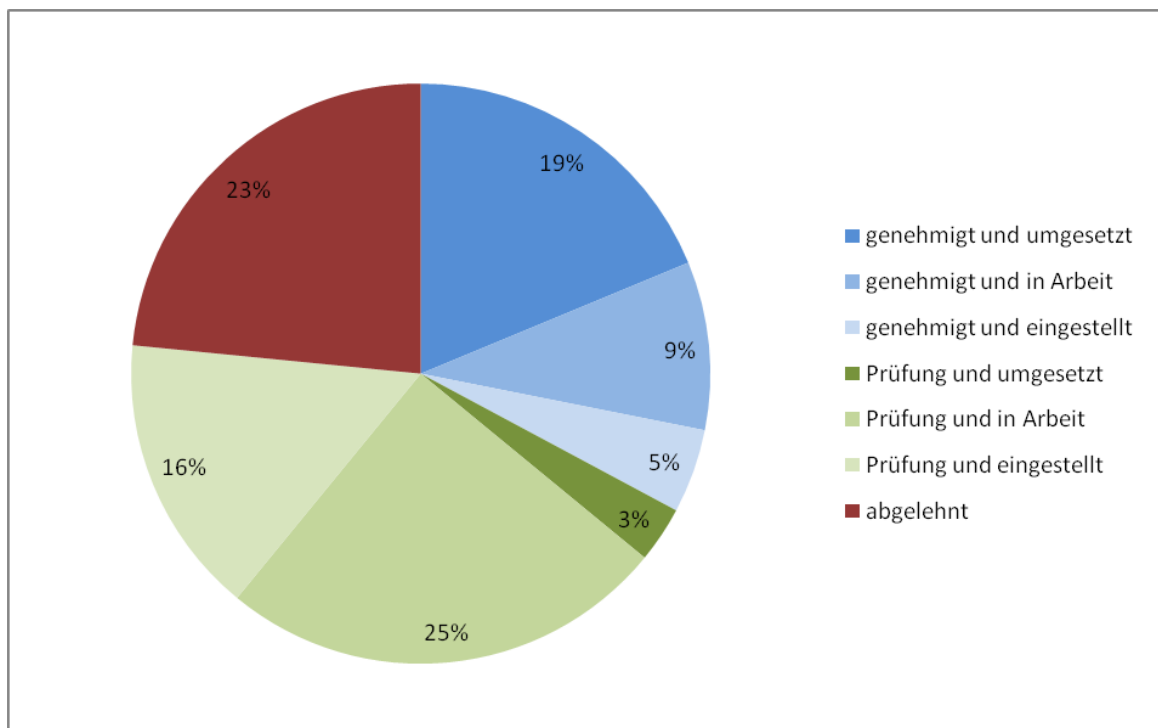
Trichtermodell für Dienstleistungsinnovationen

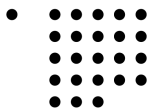


nach Benkenstein [1998]
und Georgy [2010]

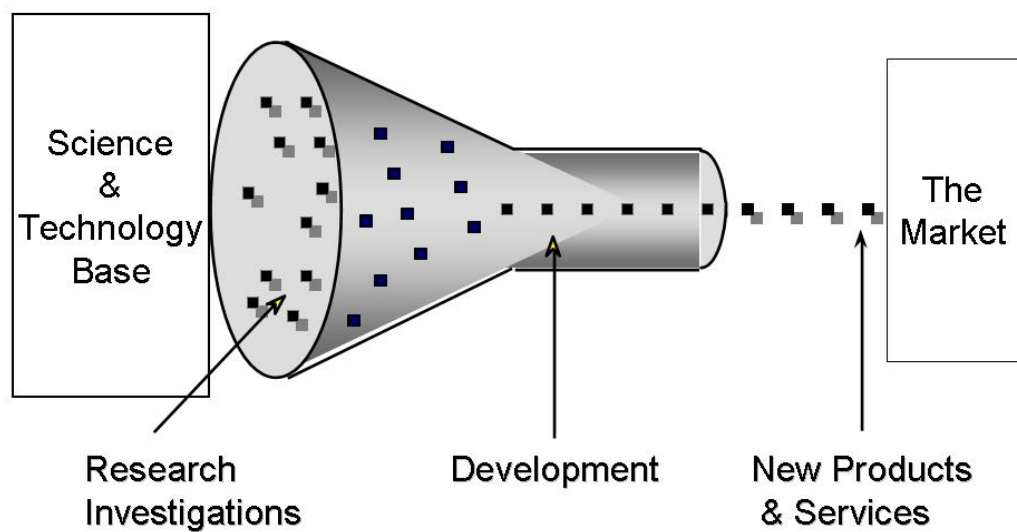


...nach 2 Jahren an der ETH

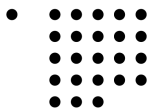




Closed Innovation



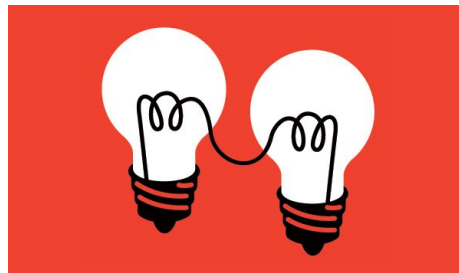
nach Chesbrough 2007



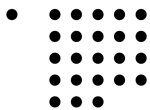
Definition Open Innovation by Chesbrough

„Open Innovation ist die Öffnung des Innovationsprozesses von Unternehmen und damit die aktive strategische Nutzung der Außenwelt zur Vergrößerung des eigenen Innovationspotentials.“

Nach dieser Definition ist Open Innovation nicht nur auf Kunden beschränkt sondern berücksichtigt jedwede Form extern gewonnener Ideen und Technologien.

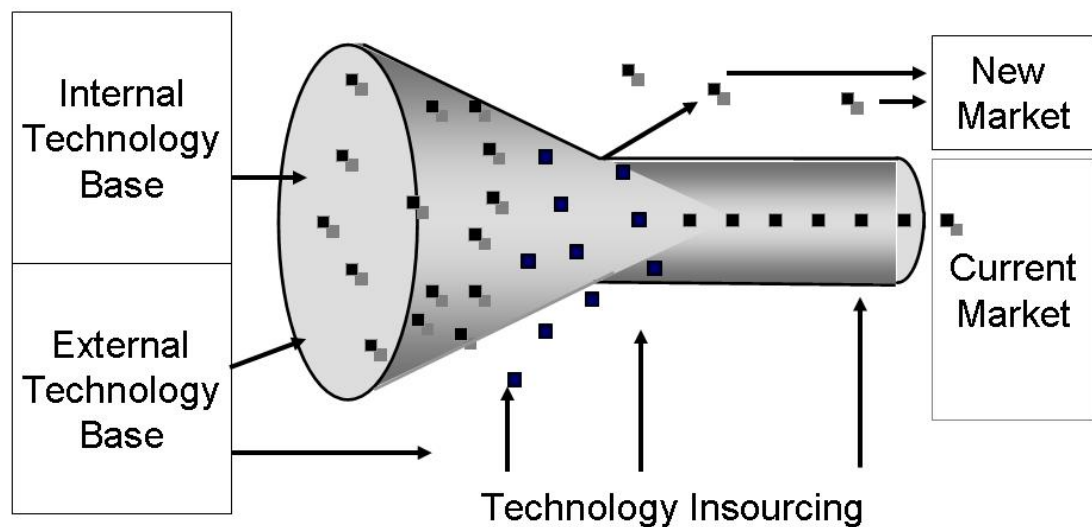


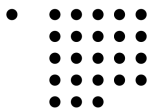
http://images.businessweek.com/ss/09/03/0312_game_changing_timeline/image/11_2000.jpg



Open Innovation

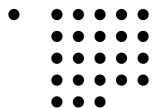
„Open Innovation ist die Öffnung des Innovationsprozesses von Unternehmen und damit die aktive strategische Nutzung der Außenwelt zur Vergrößerung des eigenen Innovationspotentials.“





Kunden und andere Externe als Beteiligte des Innovationsprozesses sowie ihre Rollen

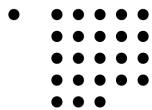
Rolle des Kunden	mögliche Methoden	Integrationsgrad
Kunde als passives Beobachtungsobjekt	Beobachtung	niedrig  hoch
Kunde als fremdbestimmter Dialogpartner	Befragung	
Kunde als selbstbestimmter Dialogpartner	Beschwerdemanagement	
Kunde als gleichberechtigter Interaktionspartner anderer Kunden	Communities	
Kunde als gleichberechtigter Interaktionspartner des Unternehmens	Workshops	
Kunde als gleichberechtigter Mitarbeiter des Unternehmens	Innovationszirkel	
Kunde als selbständiger Innovator	Toolkits	



Welche Gruppen würden Sie in Open Innovation einbinden?

Selbst ausgewählte „Lead User“	28
Kunden mit Fachkenntnissen	17
Zusätzlich auch Nicht-Kunden, aber mit Branchenkenntnissen	11
Gewinner eines Ideenwettbewerbs	6
Mitglieder anderer Innovation Communities, auch ohne Branchenkenntnisse	6
Keine Beschränkung	4
Eigene Kunden ohne Beschränkung	3

eigene Erhebung
Georgy [2010]

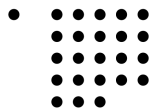


Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences

Formen der bisherigen Kundenintegration

Befragungen
Feedbackmanagement
Kundenworkshops
Kundenbeirat
Beobachtungen/Experimente
Ideenwettbewerbe
Online-Communities

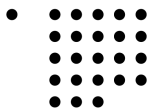
eigene Erhebung
Georgy [2010]



In welche Stufen des Innovationsprozesses
sollte der Kunde integriert werden?

Produkteinführung
Ideengenerierung
Markt- bzw. beta-Test
Konzeptentwicklung
Prototypentwicklung

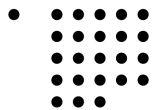
eigene Erhebung
Georgy [2010]



Externes Ideenmanagement über Plattformen

- Bibliotheksinterne Ideenplattform
- Offene Ideenplattformen
 - [Openideas.biz](#)
 - [Atizo.com](#)
 - [OpenInnovators.de](#)
 - [Innocentive.com](#)
 - [Springspotters.com](#)
 - [Psfk.com](#)
- Brainstorming-Portale für kreative Querdenker
 - [Brainr.de](#)
 - [Brainfloor.com](#)





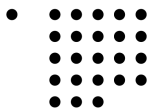
Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences



[Brainfloor.com](https://brainfloor.com)

Registrierte Benutzer:	4.038
Gesuchte Beiträge:	3.500
Abgegebene Ideen:	34.467





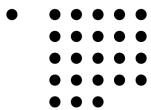
Externes Ideenmanagement mittels Social Web

Der einfachste Weg zu guten Ideen?

Laden Sie die Fans auf Ihren Social Media Präsenzen zum Ideen-Storming ein. Oder stellen Sie Ihre Ideen dort zur Diskussion. Im Web lassen sich (...) Vorschläge, Anregungen und Konzeptionen ganz einfach kommentieren, bereichern, bewerten und gewichten.

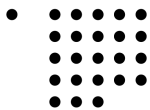
[4managers 2011]

- PollDaddy
- Twtpoll



Externes Ideenmanagement mittels anderer Ideenplattformen

- MySturbucksIdea
- Dell-IdeaStorm
- Tchibo-Idee

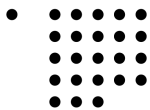


Beispiel ZBW

Die ZBW lädt Sie ein zu ihrem ersten Open Innovation-Ideenwettbewerb – The EconBiz Challenge: Ideas for Tomorrow's Economists. Gesucht werden Ideen für technologiegestützte Services für die Wirtschaftswissenschaft. (28.10.2010)

Gewinner waren eine Doktorandin aus Osnabrück (Wirtschaftsinformatik), ein Professor aus München und ein Ingenieur. (10.03.2011)

http://www.zbw.eu/ueber_uns/neuigkeiten_econbiz_challenge.htm
http://www.zbw.eu/presse/pressemitteilungen/2011_03_10.htm



Fachhochschule Köln
Cologne University of Applied Sciences



Ursula Georgy

[ursula.georgy\(at\)fh-koeln.de](mailto:ursula.georgy(at)fh-koeln.de)

Ich freue mich auf anregende Diskussionen!